

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**Институт географии, геологии, туризма и сервиса**

**Кафедра международного туризма и менеджмента**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ**

Работу выполнил \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Е.И. Кондюрин

Направление подготовки 43.03.02 Туризм 3 курс ОФО

Направленность (профиль) Технология и организация гостиничных услуг

Научный руководитель

канд. экон. наук, доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.В. Горецкий

Нормоконтролер

канд. экон. наук, доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.В. Горецкий

Краснодар

2021

СОДЕРЖАНИЕ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Введение…………………………………………………………………… | | 3 |
| 1 | Теоретические аспекты развития туристской индустрии…………... | 5 |
|  | 1.1 Сущность и структура туристической отрасли………………….. | 5 |
|  | 1.2 Факторы и инструменты стратегического развития туризма…… | 9 |
|  | 1.3 Нормативно-правовые ориентиры развития туризма в РФ……... | 16 |
| 2 | Ретроспектива развития туризма в России…………………………... | 19 |
|  | 2.1 Периодизация развития туристической отрасли в РФ………….. | 19 |
|  | 2.2 География становления туризма в РФ……………………………. | 25 |
| 3 | Современное состояние туризма в России…………………………... | 31 |
|  | 3.1 Проблемы развития туризма в РФ на современном этапе……… | 31 |
|  | 3.2 Перспективные направления развития туризма в стране………. | 34 |
| Заключение………………………………………………………………… | | 37 |
| Список использованных источников…………………………………….. | | 40 |

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время туризм является неотъемлемой отраслью экономической сферы общественной жизни, позволяющей государству привлечь иностранный капитал и увеличить ВВП, а также популяризовать свою традиционную культуру и быт для туристов. Такой вклад туризма в развитие экономики определяет важность поддержки туристической отрасли, а ее своевременная диагностика позволяет корректировать экономические планы и задавать верные стратегические ориентиры. Однако динамичность современной экономики и события 2020 года не позволяют выявить устойчивые тенденции в туризме, что, в свою очередь, открывает возможности ретроспективного исследования опыта развития туризма в РФ. В условиях пандемии коронавирусной инфекции экономические отношения в мире делают тему исследования специфики развития туризма в России наиболее актуальной.

Объектом исследования выступает туристическая отрасль в России.

Предметом исследования являются тенденции и проблемы развития туризма в России.

Целью работы является изучить специфику развития туризма в России.

Поставленная цель определяет задачи исследования:

1. Исследовать теоретические аспекты развития туризма как части национальной экономики;
2. Обратиться к ретроспективе развития туризма в России;
3. Исследовать современное состояние туризма в России.

Теоретической базой исследования послужили труды ученых в области экономики и теории сервиса, среди которых: Е.Л. Писаревский, М.Б. Биржаков, Т.Т. Христов, Л.Г. Почекутова, С.А. Наумова, Г.Н. Лебедева, В.И. Кружалин, Н.А. Королева, А.Х. Абуков. Также в работе были использованы материалы Интернет-ресурсов, а также другой методический материал по изучаемой теме.

При написании работы были использованы следующие методы исследования: анализ теоретического материала и нормативно-правовых актов, описание, сравнение.

Структура работы определяется ее целью и задачами. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

Работа излагается на 41 странице и состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, который включает в себя 15 наименований. В работе представлены 2 рисунка.

**1 Теоретические аспекты развития туристской индустрии**

**1.1 Сущность и структура туристической отрасли**

Туристская отрасль – это совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников [1].

В настоящее время интеграционные процессы, предусматривающие консолидацию отдельных структурных элементов и стимулирующие рост экономического и интеллектуального взаимодействия стран, способствуют развитию туризма. Это очевидно при обращении к интеграционной структуре туристической отрасли. Так, С.А. Наумова [2] выделяет следующие ее элементы:

1. Гостиницы и специализированные средства размещения. Основными признаками, характеризующими гостиницы, являются:

* во-первых, вместимость, определяющаяся количеством постоянных спальных мест в комнатах, обозначенных соответствующим номером;
* во-вторых, предоставление основных и специализированных услуг гостиничного хозяйства (ежедневная заправка постелей, уборка номера и санузла и др.);
* в-третьих, категория и класс обслуживания, от эконом-класса до класса люкс.

В зависимости от конкретного оборудования и особенностей предоставляемых услуг в составе гостиниц различают гостиницы широкого профиля, гостиницы квартирного типа, мотели, придорожные гостиницы, курортные гостиницы, клубы с проживанием и пр.

Следующую группу составляют заведения, аналогичные гостиницам, которые обладают номерным фондом и предоставляют ограниченный перечень обязательных услуг (включая ежедневную заправку постелей, уборку номера и санузла). К ним относятся – пансионы, меблированные комнаты, туристские общежития и т. п.

Специализированные заведения, оказывающие услуги гостеприимства, также предназначены для обслуживания туристов. Они не имеют номеров. Здесь исходной единицей может быть жилище, коллективная спальня, площадка. Помимо предоставления услуг размещения, они выполняют другие специализированные функции: оздоровления, услуги активного отдыха определенной категории гостей. Например, оздоровительные заведения (здравницы, курорты, санатории, оздоровительные "фермы" и пр.), лагеря труда и отдыха, средства размещения в общественных видах транспорта (поезда, суда), конгресс-центры. Прочие коллективные средства размещения включают жилища, предназначенные для отдыха. Примерами этой группы средств размещения служат гостиницы квартирного типа, комплексы домов или бунгало. Эти помещения имеют единое управление, сдаются за плату, в аренду, бесплатно любым лицом (лицами) или организацией.

Индивидуальные средства размещения – это собственные жилища (квартиры, виллы, особняки, коттеджи, используемые посетителями-резидентами, в том числе и апартаменты таймшера, комнаты, арендуемые у частных лиц или агентств, помещения, предоставляемые бесплатно родственниками или знакомыми). Предоставляются за плату, в аренду, бесплатно. Отнесение к тем или иным средствам размещения определяется законодательными актами и нормативными документами каждой страны.

1. Транспортные услуги. Они делятся на несколько видов:

* - автобусные перевозки. Автобусы, объединенные в сети междугородных и городских маршрутов, перевозят огромное число людей. Поэтому в большинстве стран междугородные автобусные перевозки обслуживаются как автобусами, принадлежащими государству, так и независимым компаниям. Основной привлекательной чертой автобусов, по сравнению с другими формами общественного транспорта, долгое время оставалась их низкая стоимость. Экономически эффективны перевозки на расстояние до 500 км. Многие автобусы сейчас снабжены высокими сиденьями, звукоизолированы, имеют улучшенное освещение и большие окна для обзора, в некоторых установлены телевизоры;
* водный транспорт (круизы).Количество действующих круизов значительно увеличилось за последнее десятилетие. Некоторые из маршрутов принадлежат и осуществляются компаниями США, но большинство из них находятся в руках европейских компаний. Российские компании расширили круизный флот страны, а также успешно проникли на западный рынок, предлагая более низкие тарифы, отличные от мировых. Главными факторами, влияющими на цену круиза, являются – продолжительность круиза, сезон, расположение и размер каюты, тип корабля;
* авиаперевозки. Воздушные перевозчики обеспечивают обслуживание как по расписанию, так и вне его. Большинство авиакомпаний работают по расписанию, что означает, что каждый вылет и посадка происходят в известное время. Авиарейсы, выполняемые вне расписания, так называемые чартерные, обеспечивают воздушные перевозки по более низким ценам, чем регулярные. Самолеты могут использоваться как чартерные специально или арендованы на регулярных авиалиниях. Некоторые самолеты спроектированы только для транспортировки пассажиров. Другие – с удаляемыми сиденьями, широкими дверьми и техникой для разгрузки и погрузки, могут перевозить и пассажиров, и грузы. Другие специально разработаны для перевозки грузов.

1. Услуги предприятий питания. Важной по значимости услугой является питание. К основным типам предприятий питания относят: ресторан, кафе, бар, буфет, столовая и пр. Наиболее комфортабельным предприятием питания с самым широким ассортиментом блюд считается ресторан.
2. Объекты познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения. Развлечения присущи занятиям физической культуры (в искусственных водных бассейнах и на катках, в спортивных залах и клубах, манежах и пр.), а также посещениям спортивно-зрелищных предприятий. Приобщение к культурным ценностям (в библиотеках, музеях, на выставках, во всевозможных клубных учреждениях и т.п.) также сопровождается развлечением.
3. Объекты и средства досуга и развлечений. В туристских центрах в сезон проводятся целые циклы взаимоувязанных мероприятий гастрольно-зрелищной индустрии, выступления известных артистов, театральных коллективов, знаменитых певцов и музыкантов. Процессы развлечения осуществляются как в естественной, так и в искусственно созданной обстановке. Индустрия развлечений ставит своей целью создание условий развлечения, то есть совокупности явлений, от наличия которых зависит процесс развлечения. К индустрии развлечений относятся предприятия (организации, учреждения), чья основная деятельность связана с удовлетворением потребностей человека в развлечениях. Такими единицами являются предприятия с ярко выраженным развлекательным характером деятельности – тематические парки, цирки, зоопарки, аттракционы, игротеки, парки отдыха, передвижные городки и т.п. Разнообразные зрелищные предприятия, включая стационарные и передвижные театры, кинотеатры, изостудии, концертные организации и коллективы (филармонии, оркестры, ансамбли, мюзик-холлы, художественные и музыкальные коллективы радиовещания и телевидения и др.) также обеспечивают процессы развлечений.
4. Услуги туроператоров и турагентов. Туроператоры выполняют ведущую роль в туризме, так как именно они формируют туристский продукт – бронируют и оплачивают отель, заказывают авиарейс, обеспечивают услуги по предоставлению транспорта, экскурсионные услуги и т.д. Туристские агентства – это все предприятия и учреждения, которые приобретают туры, разработанные туроператором, и занимаются их продвижением и сбытом (реализацией) за агентское вознаграждение или за наценку к цене туроператора. Необходимость в посредниках объясняется большой территориальной удаленностью производителей от пользователей услуг (например, расстояние между гостиницей и отдыхающим), отсутствием представлений о рынке (потребитель редко знаком с предложениями страны, в которой он ни разу не был), необходимостью предварительного бронирования при ограниченных мощностях производителя услуг. Туристские агентства являются более многочисленным классом предприятий туристского бизнеса, по своей численности они в несколько раз превышают число туроператоров.

Таким образом, туристическая отрасль представляет собой совокупность предприятий, учреждений и организаций материального производства и непроизводственной сферы, обеспечивающих производство, распределение, обмен и потребление туристского продукта, освоение и использование туристских ресурсов, и создание материально-технической базы туризма. Являясь сложным межотраслевым народнохозяйственным комплексом, туристическая отрасль включает в себя ряд компонентов, способствующих развитию туристической деятельности.

**1.2 Факторы и инструменты стратегического развития туризма**

Туризм является сложной социально-экономической системой, которая подвержена влиянию многочисленных факторов, воздействующих на ее развитие, поэтому их учет необходим для организации эффективной туристской деятельности. Данные факторы подразделяются на два вида – внешние и внутренние.К числу важнейших внешних факторов, влияющих на развитие туризма, относятся:

1. Природно-географические факторы. К природно-географическим ресурсам относят моря, горы, леса, флору, фауну, климат и др. Богатство этих ресурсов оказывает огромное влияние на темпы, масштабы и направления развития туризма.

2. Культурно-исторические факторы. К культурно-историческим ресурсам относят памятники архитектуры, исторические сооружения, предметы искусства и др. Как и природно-географические ресурсы они являются определяющими при выборе туристами того или иного места для посещения.

3. Экономические факторы. К ним относятся инфляция, процентные ставки, колебания реальных обменных курсов валют. Влияние экономических факторов на туризм обусловлено также тесной взаимосвязью между тенденциями его развития и темпами экономики государства. Поэтому государства с развитой экономикой, как правило, лидируют на мировом рынке по количеству туристских поездок своих граждан. От экономического положения государства зависят не только доходы населения, но и уровень развития материально-технической базы и инфраструктуры туризма.

4. Социальные факторы. К социальным факторам развития туризма относятся увеличение продолжительности свободного времени населения (сокращение рабочего времени, увеличение длительности отпусков), что означает приток новых потенциальных туристов. С увеличением продолжительности свободного времени населения в туризме обозначились две тенденции – дробление отпускного периода и рост непродолжительных, но частых путешествий, что сглаживает сезонные колебания и увеличивает доходы туристических компаний. К числу социальных факторов развития туризма относится также повышение уровня образования, культуры, культурных потребностей населения. По мнению Л.Г. Почекутовой [4] существует прямая зависимость между уровнем образования людей и склонностью к путешествиям. Это объясняется тем, что лица с более высоким уровнем культуры и образования способны рациональнее распределять свое свободное время, использовать его для познания с помощью туризма окружающей среды, ознакомления с историей, жизнью, бытом, фольклором и искусством других стран и народов.

5. Демографические факторы. К ним относятся численность населения, половозрастная структура (с выделением трудоспособного населения, учащихся и пенсионеров), семейное положение и состав семей. Так, рост населения в мире и регионах пропорционален увеличению числа туристов – чем выше плотность населения в государстве, тем интенсивнее туристический поток. Кроме того, туристская подвижность напрямую зависит от возраста, пола и семейного положения. Так, наибольшую склонность к активным формам туризма проявляют лица в возрасте 18–30 лет. Однако общая туристская подвижность людей достигает пика в 30–50 лет [4]. К группе демографических факторов также относится рост городов и городского населения (урбанизация), степень которой прямо пропорциональна интенсивности туристских поездок – чем крупнее город, тем большее число его жителей выезжает в туристские поездки.

6. Политико-правовые факторы. Значительное влияние на развитие туризма оказывают такие политико-правовые факторы, как политическая обстановка в государстве и мире, политика открытия границ, смягчение административного контроля в сфере туризма, унификация налоговой и денежной политики. Туристская активность напрямую зависит от политической обстановки – стабильное политическое положение способствует развитию туризма, в то время как напряженная обстановка обусловливает минимальные темпы его роста. Серьезную угрозу туризму представляет также терроризм и экстремизм. В странах, где туризм является ключевым фактором развития экономики, экстремисты в качестве объектов нападения могут выбирать туристов для оказания давления на правительство. Изменение политической карты мира в конце 80-х – начале 90-х гг. XX в., открытие границ и переход к рыночным преобразованиям предопределили увеличение туристских потоков в государства и создали предпосылки для интенсивного развития туризма.

7. Технологические факторы. К ним относят прогресс в технике и технологиях, воздействующий на развитие туризма и открывающий возможности для производства новых видов услуг, их сбыта и улучшения обслуживания клиентов. Развитие науки и техники способствует совершенствованию туристских услуг – гостиничного хозяйства, транспорта, бюро путешествий. Так, техническая реконструкция транспорта позволила создать комфортабельные условия для перевозки большого количества путешественников, поскольку удобные, быстрые, сравнительно доступные транспортные средства для перевозки туристов на большие расстояния в значительной степени способствовали развитию туризма. Однако научно-технический прогресс несет в себе не только огромные возможности, но и серьезные угрозы для туристских предприятий. Любые новшества грозят вытеснением устаревших технологий, и методов работы, что чревато самыми серьезными последствиями, если вовремя не проявить должного внимания, учету факторов технологического характера.

8. Экологический и сезонный факторы. Поскольку окружающая среда – это основа и потенциал туристской деятельности, она является определяющим фактором развития туризма. Разрушение природной среды влечет за собой спад и сворачивание туристского предложения.

Особое место среди факторов, оказывающих влияние на развитие туризма, также занимает сезонность – свойство туристских потоков концентрироваться в определенных местах на протяжении небольшого периода времени. Особенности сезонности спроса в туризме состоят в следующем – она значительно различается по видам туризма. Так, познавательный туризм характеризуется менее значительными сезонными колебаниями, чем рекреационный. Более низкая сезонная неравномерность спроса характерна также для лечебного и делового туризма. Поэтому можно говорить о специфике туристского спроса в определенном населенном пункте, районе, стране, в мировом масштабе. Сезонные колебания туристского спроса оказывают негативное влияние на национальную экономику. То обстоятельство, что большая часть предприятий туристкой индустрии и ее персонала используется лишь несколько месяцев в году, является причиной увеличения удельного веса условно-постоянных расходов в себестоимости туристских услуг. Это уменьшает возможности проведения гибкой ценовой политики, затрудняет действия туристских предприятий на рынке и снижает их конкурентоспособность.

Современные тенденции развития внутреннего и въездного туризма определяют необходимость повышения конкурентоспособности туристского продукта, предлагаемого на внутреннем и международном туристских рынках. Для достижения этой цели необходимо выявить потенциал соответствия туристского продукта ожиданиям целевых аудиторий, выбрать направления, дающие наибольший вклад в достижение показателей и определить приоритетные территории, развитие которых неразрывно связано с туристским продуктом. Решению этих задач способствуют инструменты стратегического развития туризма, к которым относятся:

1. Создание конкурентоспособного туристского продукта (развитие узнаваемости и привлекательности бренда, облегчение визового режима, улучшение качества туристских услуг и повышение их доступности, а также модернизация и развитие туристской инфраструктуры, городской и сельской среды и пр.);
2. Планирование развития туристских территорий (концентрация поддержки государства на территориях, обладающих наибольшим туристским потенциалом для создания конкурентоспособных туристских продуктов);
3. Магистральная инфраструктура и транспорт (развитие сети федеральных, региональных и местных автодорог, востребованных для развития туризма, создание условий для развития и модернизации железнодорожных, автобусных вокзалов, а также развитие доступности авиаперевозок туристов);
4. Туристская и обеспечивающая инфраструктура (поддержка реализации программ и проектов по развитию туристской инфраструктуры и придорожной инфраструктуры – придорожный сервис, кемпинги, зоны отдыха, парковки для туристского транспорта, в том числе на принципах государственно-частного и муниципально-частного партнерства);
5. Кадры и образование (создание условий обеспечения отрасли достаточным количеством квалифицированных кадров);
6. Повышение инвестиционной привлекательности (создание условий для роста объемов инвестиций в туризме, стимулирование инвестиционной активности предпринимателей и формирование современных инвестиционных проектов);
7. Стимулирование спроса на туристский продукт (развитие системы продвижения туризма, смягчение визовых ограничений, стимулирование потребления туристского продукта и повышение его доступности);
8. Совершенствование нормативно-правового регулирования туристской деятельности и системные меры поддержки (актуализация нормативных правовых актов и снятие административных барьеров);
9. Внедрение цифровых технологий в сфере туризма (перевод всех государственных услуг, связанных с осуществлением туристской деятельности, в электронную форму, а также обеспечение возможности предоставления участниками туристского рынка всей установленной отчетности в электронной форме);
10. Обеспечение безопасности в сфере туризма (безопасность туристов, сохранность их имущества, а также минимизация ущерба местному населению, материальным и духовным ценностям общества, окружающей среде, безопасности государства при совершении путешествий).

Таким образом, туризм является ведущим и перспективным направлением в экономике государств, однако существует огромное количество факторов, способствующих, либо препятствующих его развитию. Правильное их рассмотрение делает перспективы развития туристской сферы более стабильными и предпочтительными. Что касается инструментов стратегического развития туризма, то здесь принимают участие органы власти всех уровней, местное население, представители бизнеса, профессиональные объединения и общественные организации работников сферы туризма, официальные представители правительства и администрации, связанные с туристским законодательством. Взаимодействие всех вышеперечисленных лиц направлено на избежание проблем стратегического развития туризма.

**1.3 Нормативно-правовые ориентиры развития туризма в РФ**

Государственное регулирование туристической сферы является одним из основополагающих факторов управления и развития данной отрасли. Невозможно эффективно управлять туристической отраслью нашей страны, не имея при этом полного и ясного представления о формах и инструментах регулирования данной сферы на федеральном, региональном и муниципальном уровнях. Регулирование туристской деятельности в нашей стране осуществляется с помощью следующих направлений [5]:

1. определения приоритетных направлений в развитии российского туризма;
2. нормативно-правовое регулирование туристической сферы;
3. разработка и реализация федеральных, отраслевых, целевых и региональных программ по развитию туризма;
4. оказание содействия в продвижении туристского продукта как на внутреннем, так и мировом туристских рынках;
5. защита прав и интересов туристов, в том числе обеспечения их безопасности и оказания им экстренной помощи в случае необходимости.

В любой стране государство должно поддерживать и регулировать туристическую деятельность. В Российской Федерации также сформировано правовое поле по регулированию туристической деятельности. Так, согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», туристская деятельность – это туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий [6].

Практически все организации, осуществляющие свою деятельность в сфере туризма, самостоятельно ее организуют и работают исключительно для извлечения прибыли. От государства же они ждут содействия по развитию туризма и создание справедливой для всех законодательной базы в данной отрасли. В соответствии с российским законодательством, а точнее «Гражданским кодексом Российской Федерации, субъектами туристического бизнеса могут быть индивидуальные предприниматели и юридические лица [7]. В настоящее время в туристическом секторе экономики РФ функционирует множество туристических организаций разных форм собственности и индивидуальных предпринимателей.

Развитие туристической отрасли в России сдерживает ряд проблем – инфраструктура, кадры, маркетинг, предпринимательская среда, законодательство. Для ее успешного развития во многих регионах РФ отсутствует необходимая среда предпринимательства, наблюдается острый недостаток качественной гостиничной и развлекательной инфраструктуры, проблема транспортной доступности, отсутствие оптимального законодательства для привлечения инвестиций в отрасль. Поэтому правительство пытается привлечь внимания россиян к отдыху внутри страны, прилагая множество усилий для устранения структурных барьеров, цель которых – обеспечить дальнейшее развития бизнеса нашей страны в целом.

В отличие от предыдущего документа (Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года) новая Стратегия на период до 2035 года направлена на комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации за счет создания условий для формирования и продвижения качественного и конкурентоспособного туристского продукта на внутреннем и международном туристских рынках, усиление социальной роли туризма и обеспечение доступности туристских услуг, отдыха и оздоровления для граждан Российской Федерации [8]. Если сравнить эти две Стратегии, то мы можем прийти к следующим выводам:

1. Социальная роль туризма в новой стратегии рассматривается шире, чем в предыдущем документе. От способа поддержания здоровья туризм переходит в ранг механизма по оздоровлению населения и увеличению продолжительности его жизни. В новой стратегии также делается акцент на удовлетворении потребностей населения во впечатлениях, как необходимой составляющей не только отдыха, но и личностного роста, создания условий для привития правильного подхода к межкультурным коммуникациям не только при потреблении туристских услуг, но и в более глобальном смысле.

2. Экономическая роль туризма в новой Стратегии также представлена в несколько иной интерпретации, чем в Стратегии на период до 2020 года. Если в первом документе туризм рассматривался только как источник привлечения дополнительного дохода в бюджеты и роста занятости населения, то второй акцентирует внимание на мультипликативной роли туристской индустрии и закрепляет ее на федеральном уровне. Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 года официально закрепляет за отраслью статус одной из отраслей с наибольшими мультипликативными эффектами для экономики, подтверждая, что инвестиции в составляющие туристской индустрии формируют добавленную стоимость в других отраслях экономики регионов и России в целом.

3. Анализ целей и задач «старой» и «новой» Стратегий показывает углубление ориентации на усиление конкурентных позиций России на международном туристском рынке с упором на создание нового конкурентоспособного туристского продукта, ориентированного на максимально широкую аудиторию как внутреннего, так и зарубежного туриста. Стратегия развития туризма до 2035 года ставит не только задачи продвижения туристского продукта РФ на внутреннем и международном рынках, но и задачи активного стимулирования спроса на него за счет создания и развития специальных организационно-экономических инструментов и механизмов.

Важной задачей, продекларированной новой Стратегией, является совершенствование нормативно-правовой базы функционирования как туристской отрасли в целом, так и отдельных, обозначенных в Стратегии, приоритетных видов туризма. В таком формате задача ставится впервые. Важным аспектом является также законодательное закрепление определений всех видов туризма, систематизация и актуализация понятийно-терминологического аппарата.

Таким образом, важность и масштабность развития туризма в нашей стране свидетельствует о том, что данную область следует относить к стратегическим отраслям российской экономики. Экономические эффекты от туристской деятельности не могут ограничиваться только прямым финансовым результатом, так как выходят далеко за рамки туристского сектора. Поэтому туристическая сфера требует непосредственного регулирования со стороны государства, с целью обеспечения пропорциональности в развитии территориальных и отраслевых народно-хозяйственных комплексов, в том числе и обоснования политики занятости, обеспечения роста доходов в бюджете страны и в целом управления состоянием платежного баланса государства.

**2 Ретроспектива развития туризма в России**

**2.1 Периодизация развития туристической отрасли в РФ**

На современном этапе развития общества повышается социально-экономическая значимость туризма как одной из важных и развивающихся сфер мирового хозяйства. Развитие туризма имеет большое значение как для государства в целом, так и для субъектов Российской Федерации, муниципальных образований и общества. Развитие сферы туризма играет важную роль в формировании валового внутреннего продукта и нацелено на повышение качества жизни населения. В связи с этим в прогнозе долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года отмечено, что туризм является экономически выгодной и экологически безопасной отраслью национальной экономики, существенным звеном инновационного развития страны [9].

Основные направления развития туризма в России определены в Стратегии его развития в Российской Федерации на период до 2035 года и плане мероприятий по её реализации. Положения Стратегии являются основой для общегосударственного понимания места и роли туризма в экономике страны. Они направлены на реализацию фундаментальных задач развития отрасли, являются для органов исполнительной власти всех уровней ориентиром в выработке ключевых направлений государственной поддержки туристской индустрии. Россия располагает огромным потенциалом для развития внутреннего и въездного туризма. Уникальные историко-культурные ценности и природные достопримечательности позволяют развивать множество видов въездного и внутреннего туризма – познавательный или экскурсионный, научный, фестивальный, деловой, религиозный, сельский, спортивный, экстремальный, горнолыжный, лечебно-оздоровительный, круизный, рыболовный и охотничий и др.

Для анализа туристской индустрии в России, выделим основные этапы ее становления:

1. 90-е гг. XX века. Переходный период развития российского туризма характеризуется переходом от административного регулирования туризмом к экономическому стимулированию, основанному на новых российских законах, касающихся как предпринимательства и рынка в целом, так и туристской деятельности в частности [10]. Распад СССР привел к развалу единой системы туристско-экскурсионного обслуживания населения. Если раньше централизованное финансирование поддерживало инфраструктуру туризма, определяло относительно невысокие цены на туристские и гостиничные услуги, то его отсутствие повлекло за собой фактический упадок гостиничной отрасли. Немало туристско-экскурсионных, санаторно-курортных и гостиничных учреждений и комплексов страны было перепрофилировано или пришло в негодность из-за ветхого состояния. В условиях стихийно развивающегося рынка многие туристские фирмы и гостиницы обанкротились. Снижение жизненного уровня населения, рост цен привели к сокращению спроса на туристские услуги. Негативные процессы затронули и географию национального туризма – туристское пространство из-за распада Советского Союза сократилось на 23% [10]. Въездной туризм в 90-е годы также пострадал, поскольку иностранцы с опаской стали относиться к России из-за роста преступности в стране, ее политической и финансовой нестабильности. Не последнюю роль в падении интереса к стране сыграло и отсутствие новых предложений на туристском рынке, новых туристских маршрутов, комфортабельных гостиниц, недостаточный уровень сервисного обслуживания и т.д. Произошла реструктуризация туристских потоков пребывающих к нам иностранцев. При этом процент прибывающих в страну значительно увеличился за счет иммигрантов, которые под предлогом туристских путешествий пересекали границы. Этот же фактор скорректировал цифры статистики и по выездному туризму. Как известно, на 90-е годы приходится бум выездного туризма, когда граждане России, получив определенные политические свободы, стали активно выезжать за границу. Правда, при этом не всегда возвращались, поскольку определенная часть туристов из числа тех, кто долгие годы насильственно удерживался в СССР, стала пользоваться туристскими услугами для эмиграции. Выездной поток российских туристов в 90-х годах был, можно сказать, стихийным, нерегулируемым. Большую часть поездок составляли шоп-туры, ориентированные на такие страны, как Турция, Китай, Польша и другие. В этих условиях развитие туризма в России требовало совершенствования правовой базы. В первой половине 90-х годов в России были приняты законы, касающиеся развития и функционирования туризма. Конституция РФ и другие важные законодательные акты открыли перед гражданами РФ возможности свободной реализации своего права на выезд за границу. Данное право подкреплялось также Законом СССР «О порядке выезда из СССР и въезда в СССР граждан СССР», введенным в действие в РФ Постановлением Верховного Совета РСФСР в 1992 году [11]. Многие вопросы регулирования развития туризма решались на региональном уровне. Так, в октябре 1993 года правительство Москвы принимает «Программу реализации концепции развития международного туризма в г. Москве на 1993–1995 гг.». Основная цель программы заключалась в разработке системы мер по созданию привлекательного для туристов образа города и превращению столицы в туристский центр международного и внутреннего туризма. Определяющую роль в развитии национального туризма сыграли ряд Указов Президента и Постановлений Правительства РФ, в которых поддержка развития туризма признавалась одной из приоритетных задач государства. Определяющую роль в повышении статуса национального туризма сыграл принятый в 1996 году Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ», главной целью которого являлось создание в России современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса. После отмены государственного регулирования и финансирования туризма произошло почти двукратное увеличение туристических поездок за границу. В соответствии с этим новыми Указами всем зарегистрированным на территории РСФСР предприятиям и их объединениям разрешалось независимо от формы собственности осуществлять внешнеэкономическую, в том числе и посредническую, деятельность без специальной регистрации. В результате бывшие монополисты «Интурист», «Спутник» и «ЦСТЭ ВЦСПС» – потеряли монопольное право заниматься организацией иностранного туризма. Был открыт путь в туристский бизнес всем желающим. Быстро росло число фирм, которые предлагали населению туристские поездки, главным образом за рубеж [12]. Подобные мероприятия проводились и в других регионах России, ориентированных на развитие туризма.

2. 2000-е гг. С 90-х годов прошлого века в России активно развивался, в основном, выездной туризм, возросший за период с 2000 по 2011 г. на 223%, в то же время въездной туризм уменьшился на 10 %. Рассмотрим сравнительную характеристику въездного и выездного туризма в России за период 2000–2011 гг.:

Рисунок 1 – Динамика въездного и выездного потока с целью туризма за период с 2000 по 2011 год (млн. чел.).

Анализ динамики туризма в России с 2000 по 2011 г. (рис. 1) позволяет отметить следующее: в России выездной туризм развивается большими темпами, чем въездной. Так, в 2011 году выехало 14,495 млн. российских туристов, а посетило Россию всего 2,335 (т.е. почти в 6,2 раз меньше) [12]. Выездной туристский поток стабильно рос в период с 2000 по 2008 год, в 2009 году наблюдалось его значительное снижение, которое объясняется мировым финансовым кризисом. Однако уже в 2010 году темп роста составил 132%, что выше темпа роста в 2008 году на 11%. Динамика въездного туризма нестабильна, его показатели то растут, то падают. В 2009 году из-за мирового кризиса численность посетивших нашу страну иностранных туристов снизилась по сравнению с прошлыми годами. На протяжении последних трёх лет наблюдалась положительная тенденция въездного туристского потока, хотя темп роста невелик – всего 101% в 2010 г. и 109% в 2011г. [12].



Рисунок 2 – Динамика внутреннего туристского потока в Российской Федерации за период с 2005 по 2009 г. (млн. чел.).

Рассмотрим данные по внутреннему туризму в России за период 2005–2009 гг. (рис. 2). Внутренний туризм имеет положительную тенденцию роста. По сравнению с прошлыми годами число желающих съездить в путешествие по стране выросло. Если в 2005 году внутренний туристский поток исчислялся в 24,8 млн. чел., в 2006 – уже 26,6 млн. чел., в 2007 – уже 28,7 млн. чел., в 2008 – 31,5 млн. чел., то в 2009 году – 34,5 млн. чел. [13]. Несмотря на существующие в России проблемы, туристская деятельность реформируется и развивается. Для решения проблем в сфере внутреннего и въездного туризма наиболее эффективным может стать использование программно-целевого метода. В соответствии с данным методом, наряду с действующими региональными программами туристской направленности, формируется федеральная целевая программа развития внутреннего и въездного туризма. На основе государственно-частного партнерства должны выделяться федеральные, региональные и муниципальные бюджетные средства, а также привлекаться частные инвестиции. В выработке решений по проектированию перспективных туристско-рекреационных кластеров, созданию новых рабочих мест, наращиванию внутреннего спроса и развитию территорий должны принимать участие общественные институты.

3. 2010-е гг. С 2011 наступил важный этап развития туризма в Российской Федерации – реальный поворот всего вектора государственной политики в сторону усиления социальной функции туризма, развития внутреннего и въездного туризма (2011–2018 гг.). Он характеризуется следующими достижениями:

1. Улучшение состояния внутреннего туризма, и уделение ему особого внимания со стороны законодательной и исполнительной власти;

2. Принятие в 2011 г. Правительством Российской Федерации целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)» с выделением значительных финансовых средств на реализацию программных предложений по развитию туристской инфраструктуры и продвижение российского национального туристского продукта на туристские рынки;

3. Крупные международные события, такие как Универсиада-2013 (г. Казань), Олимпиада-2014 (г. Сочи), Чемпионат мира по хоккею с шайбой 2016 г. (Москва и Санкт-Петербург), Чемпионат мира по футболу в 2018 г. (Москва, Санкт-Петербург, Волгоград, Краснодар, Сочи, Калининград, Ярославль, Нижний Новгород, Саранск, Казань, Самара, Екатеринбург, Ростов-на-Дону), которые стали эффективным инструментом продвижения российского туристского бренда на мировых рынках, способствовали модернизации транспортной и гостиничной инфраструктуры во многих регионах.

4. В 2017 году внутренний туризм вырос по сравнению с 2016 годом на 2 % и составил 55 млн. поездок. В 2017 году в коллективных средствах размещения было размещено 54 млн. российских граждан.

5. К 2019 году внутренний туристский поток в России составлял уже внушительные 68 млн. человек.

Однако, в связи с пандемией коронавируса, общий поток внутренних туристов в России по итогам 2020 года, сократился на 35-40% – с 68 млн. поездок в 2019 примерно до 40 млн. в 2020 г. На взлете был преимущественно пляжный туризм и отдых на курортах Юга России.

Подводя итог оценки результативности государственной политики в области туризма в Российской Федерации особо следует подчеркнуть, что политика в 90-х годах и современные ее направления имеют весьма существенные отличия по содержанию и качеству принимаемых решений и проводимых мероприятий. На макроуровне можно констатировать любопытное явление, когда государство уходило из ключевых отраслей не только экономики и производства, но и отмечалось необоснованное снижение роли государства в определении социально-экономического развития страны. В то же время в отношении туризма роль государства усиливалась, и это, несомненно, способствовало подъему туристской отрасли.

**2.2 География становления туризма в РФ**

География туризма – это отраслевая дисциплина социально-экономической географии, изучающая пространственные закономерности и особенности функционирования и развития территориальных систем организации туристской деятельности [14]. Основу туристского потенциала России составляют богатое культурное наследие и ее природное разнообразие. Она является одной из немногих стран планеты, сохранивших свое природное богатство. На территории России находятся 23 объекта, включенных в список памятников мирового наследия ЮНЕСКО, целый ряд объектов включены предварительный список. Тем не менее, распределение въездного и внутреннего туристского потока представляется весьма неравномерным. Ввиду этого, И.А. Зорин выделил несколько типов наиболее крупных туристских центров РФ:

1. Культурно-исторические и культурно-познавательные центры. Сюда относят регионы, посещение которых связанно с изучением культурного наследия и ценностей, религиозных святынь, этнографических промыслов, проведением фестивалей и конгрессов. К ним относятся:

* г. Москва – столица России, ее деловой, научный, культурный и туристский центр. Благодаря таланту множества отечественных и иностранных архитекторов является одним из красивейших городов мира. К наиболее популярным объектам туристского показа относятся Московский Кремль, собор Василия Блаженного, восстановленный храм Христа Спасителя, Новодевичий, Донской, Свято-Данилов монастыри, дворцово-парковые ансамбли Коломенска, Кусково, Останкино, а также Воробьевы горы и Поклонная гора. В столице России находится более 70 театров (самый знаменитый из них – Большой), богатейшие собрания произведений искусства – в Третьяковской картинной галерее и Музее изобразительных искусств им. А.С. Пушкина. В Москве также проводятся самые представительные конгрессы, форумы, фестивали, промышленные выставки и ярмарки.

– Московская область – насчитывает около 2,2 тыс. культурных, исторических и природных памятников, ради которых туристы стремятся попасть в такие старинные города как Сергиев Посад, Звенигород, Серпухов, Коломну и усадьбы Архангельское, Марфино, Абрамцево и др. Особенно привлекают гостей региона монастыри, издавна считающиеся центрами русской православной культуры. Среди них неповторимые по красоте архитектурные комплексы Троице-Сергиевой лавры, Ново-Иерусалимского и Иосифо-Волоколамского монастырей.

* «Золотое кольцо» – группа древних русских городов, в которых сохранились уникальные памятники истории и культуры России. В список исторических населенных пунктов Золотого кольца включают только те из них, которые имеют значимые памятники традиционной русской архитектуры или являются центрами русских народных ремесел. В него входят восемь основных городов – Сергиев Посад, Переславль-Залесский, Ростов Великий, Ярославль, Кострома, Иваново, Суздаль и Владимир. Именно через них проходят основные туристические маршруты.
* г. Санкт-Петербург – крупнейший культурно-исторический центр России и ее туристская столица. Наиболее посещаемыми объектами города являются Дворцовая площадь, Невский проспект, Эрмитаж, Летний сад, фонтаны Петергофа, Царское село, Государственный Русский музей с богатейшей коллекцией русского искусства, дворцы Санкт-Петербурга и пригородов, но и так называемые малые городские музеи. Ежегодно в городе проходит более 100 фестивалей культуры и искусств.

Также, к числу наиболее посещаемых мест туристами относятся Ансамбль Кижи, Соловецкие острова, Калининград, Нижний Новгород, Казань, Волгоград, Астрахань, Красноярск, Республика Тыва, Иркутск и др.

2. Природно-ориентированные центры. К ним относятся естественные ландшафты, национальные парки, в которых проходят маршруты самодеятельного и экологического туризма, охотничье-рыболовные ресурсы и пр. Несмотря на огромный потенциал природно-ориентированного и экологического туризма в России примеры серьезных туристско-рекреационных центров этого типа немногочисленны. Большие возможности для природно-ориентированного туризма открываются на Северо-Западе России: в Карелии, Архангельской и Мурманской областях.

* в Карелии более половины ее территории занимают леса, еще примерно четверть – озера и реки, причем большинство рек представляет собой озерно-речные системы. На юге Карелии расположен самый большой в Европе равнинный водопад Кивач высотой около 10 м.
* в Тверской области расположен Центрально-Лесной государственный биосферный заповедник с уникальными еловыми лесами возрастом более 500 лет. Здесь обитают такие дикие животные, как бурый медведь, волк, лось, заяц-беляк, речной бобр, лесная куница. Популярным местом экотуризма является также озеро Селигер. Здесь водится около 30 видов рыб, некоторые экземпляры которых достигают 7–8 кг.
* озеро Байкал является главным центром туризма Сибири и славится своими ландшафтами. Рядом с ним расположены тайга и полупустыня, тундра и каменистая степь. На Байкале действуют три заповедника и два национальных парка, в которых обитают бурый медведь, росомаха, сибирская косуля, горностай, соболь, снежный баран. Это самое глубокое озеро планеты, резервуар пятой части мировых запасов пресной воды.

3. Оздоровительные центры. Данный тип объединяет туристские центры, ориентирующиеся на оздоровительные ресурсы, и формирующиеся на территориях лечебно-оздоровительных и курортных местностей. Перечислим наиболее популярные из них:

* Кавказские Минеральные Воды (КМВ) – регион представляет группу курортов федерального значения в Ставропольском крае занимает южную его часть и расположен на северных склонах Главного Кавказского хребта. Самый популярный курорт здесь – город-курорт *Кисловодск*. Кисловодск обязан своим происхождением уникальному сочетанию лечебных ресурсов – целебными минеральными водами (Нарзаны), мягким умеренным климатом с большим количеством солнечных и ясных дней, уникальным лечебным парком и живописным горным ландшафтом. Курорт *Пятигорск* – обладает большим количеством целебных вод (их около 50). Удачное сочетание различных углекислых, радоновых, сероводородных источников и целебных грязей озера Тамбукан, благоприятного для отдыха и лечения климата и чудесного природного ландшафта делает курорт Пятигорск одним их самых эффективных и многопрофильных курортов России. Курорт *Ессентуки –* курорт федерального значения и по праву считается крупнейшим и одним из самых популярных питьевых и бальнеологических курортов России. Курорт обладает минеральными водами, не имеющими аналогов в мире. Курорт *Железноводск* – питьевой и бальнеологический курорт, обладающий не менее уникальными, чем Ессентуки водами. В Железноводске 23 источника лечебных вод, но для лечения используются только 16.
* Санаторно-курортный комплекс Сочи – является крупнейшим в России. В городе расположено около 600 учреждений для отдыха и лечения. Сюда относятся такие курорты, как Лазаревское, Дагомыс, Сочи, Мацеста, Хоста, Адлер. В Сочи расположен НИИ курортного дела и туризма, международный молодежный центр «Спутник», из культурных мероприятий город знаменит ежегодно проходящими здесь кино- и музыкальными фестивалями.
* г. Анапа благодаря песчаным пляжам и постепенным увеличением глубины дна, которые протянулись на многие километры вдоль Черного моря, по праву считается одним из лучших курортов для детей.

4. Туристские центры горного типа. Сюда относятся территории интенсивной и экстремальной рекреации. Туристско-рекреационные центры этого типа собирают горных туристов и любителей горнолыжного отдыха. Горный туризм – это путешествие в горах по склонам, гребням, ледникам, через перевалы и горные потоки. Чаще всего под горным туризмом подразумевают только альпинизм, а между тем к нему относятся также геотуризм и минералогический туризм. Наиболее представлен в России горный туризм в Северной Осетии, Кабардино-Балкарии, Ингушетии, Краснодарском и Ставропольском краях, в Мурманской области, на Алтае, на Большом и Малом Кавказе, хребте Черского, Хибинах. Здесь разработаны сотни альпинистских маршрутов, созданы все условия для участников этого вида туризма. Но основные горнолыжные центры – кластеры, привлекающие значительные потоки туристов, представлены в регионах Кавказа и Урала.

* Красная поляна – это уникальный российский курорт на Западном Кавказе, расположенный у подножия вершин Главного Кавказского хребта, на высоте 550 м над уровнем моря, окруженный горами высотой от 2000 до 3000 м. Природные достоинства региона способствовали созданию лучшего российского горнолыжного курорта с горнолыжными комплексами и отелями, отвечающими международным стандартам. Курорт Красная Поляна Сочи находится в 45 км от аэропорта Адлер и в 70 км от центра Сочи.
* Приэльбрусье – один самых знаменитых горнолыжных курортов во всем мире, признанный международными специалистами. Располагается в Кабардино-Балкарии, знаменит соседством двух самых сложных для лыжников склона – это Эльбрус, самая высокая точка России и Европы, и Чегет, вероятно самый сложный спуск в России. На склонах Эльбруса можно кататься всем – от начинающих спортсменов до профессионалов.
* Домбай является одним из самых популярных и лучших горнолыжных курортов России. Расположен он на склонах Северного Кавказа в Карачаево-Черкесии. Домбай – это горная долина, хорошо защищенная от пронизывающих горных ветров. Это не только центр для горнолыжников, но и отличное место для туристов (впечатляющие виды и природа). Домбай имеет большое преимущество в удобном расположении для жителей юга России, но сервис и качество трасс не позволяет конкурировать с Красной Поляной и Домбай постепенно теряет своих посетителей.
* Абзаково – лучший горнолыжный курорт, который находится на территории грозных Уральских гор. Этот курорт знаменит большим количеством трасс разного уровня сложности, а также имеет центр биатлона.

Также здесь проводятся международные спортивные соревнования. На территории курорта доступны все виды проживания и множество разнообразных кафе и ресторанов.

* Аджигардак – также один из лучших горнолыжных курортов Урала, расположенный недалеко от живописного города Аша. Комплекс предлагает десять хорошо подготовленных лыжных трасс для катания, есть семь подъемников буксировочного типа. Знак подтверждения качества работы курорта – сертификация Международной горнолыжной федерации [14].

Таким образом, на формирование туристских потоков оказывает влияние множество природных, культурных, социальных, политических и экономических факторов. По мере развития отрасли туризма становится все более актуальным исследование сложных закономерностей его динамики и территориальной структуры, изучение особенностей формирования межрегиональных туристских потоков, а, следовательно, возрастает значимость исследований в области географии туризма, опирающихся на смежные направления географической науки.

**3 Современное состояние туризма в России**

**3.1 Проблемы развития туризма в РФ на современном этапе**

В начале 2020 г. все страны охватила объявленная Всемирной организацией здравоохранения пандемия нового вида коронавируса, COVID-19. Вирус, первая вспышка которого была зафиксирована в г. Ухань в Китае в конце 2019 года, распространился на все страны и материки. Закрылись границы стран, остановилось авиа- и железнодорожное сообщение, во многих городах был введен режим всеобщей самоизоляции. Сложившаяся ситуация оказала существенное влияние на все сферы мирового хозяйства, в том числе и на туризм. Как практически единодушно отмечают эксперты, такого кризиса в туризме не наблюдалось со времен Второй мировой войны. Перед странами, в том числе и Россией, остро встали проблемы дальнейшего развития туризма, касающиеся:

1. Сохранения рабочих мест;

2. Повышения безопасности туризма;

3. Решения финансовых и экономических проблем;

4. Поднятия престижа внутреннего туризма и др.

В условиях этого кризиса, ударившего по всем сферам общественной жизни, Всемирная туристская организация подготовила свои рекомендации по смягчению социально-экономического воздействия пандемии на сферу туризма в различных странах. Документ был разработан при участии Всемирной организации здравоохранения (WHO), Международной организации гражданской авиации (ICAO), Международной морской авиации (IMO), Международного совета аэропортов (ACI), Международной ассоциации круизных линий (CLIA), Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA) и Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC) [15]. Рекомендации были разделены на три взаимосвязанных блока:

1. Управление кризисом и смягчение его последствий (сохранение рабочих мест; пересмотр налогов и сборов, связанных с индустрией туризма; защита прав потребителей; повышение цифровых навыков работников туристского бизнеса; создание механизмов антикризисного управления);

2. Стимулирование ускоренного восстановления индустрии туризма (стимулирование инвестиций в туризм; обеспечение подготовки туристов к путешествиям, связанной в том числе с имеющимся уровнем риска пандемий; создание новых рабочих мест; учет экологической устойчивости туристских регионов; понимание рынка и оперативные действия на рынке туристских услуг; повышение роли маркетинга; создание специального органа управления, регулирующего восстановление туризма);

3. Повышение эффективности управления туризмом на всех уровнях; обеспечение готовности к кризисным ситуациям; инвестиции в человеческий капитал; переход к безотходной экономике и принятие целей устойчивого развития) [15].

В конце марта 2020 года Правительство РФ определило отрасли экономики, которые первыми получат государственную поддержку в связи с пандемией, в числе которых туризм, гостиничный бизнес и санаторно-курортная деятельность. Этим отраслям было предоставлено шесть месяцев отсрочки выплат по налогам (за исключением НДС), страховым взносам в государственные внебюджетные фонды. Были перенесены сроки начала проведения налоговых проверок, соблюдения валютного законодательства, вынесения решений по их результатам, принятия решений о приостановлении операций по счетам налогоплательщиков на 1 июня 2020 г. Упрощен порядок предоставления организациям отсрочек и рассрочек по уплате налогов и страховых взносов на срок до одного года в зависимости от объема снижения доходов налогоплательщика и без начисления процентов на сумму задолженности.

В начале апреля государство выделило туроператорам и туристам компенсации за невозвратные билеты, проданные в составе турпакетов. Во втором пакете антикризисных мер государственной поддержки индустрии туризма в РФ была предусмотрена безвозмездная финансовая помощь со стороны государства.

Российский союз туриндустрии (РСТ) выработал ряд посткризисных мер, направленных на максимально быстрое восстановление индустрии туризма, в числе которых:

1. Субсидирование акций в целях снижения стоимости туристского продукта, чтобы сделать его более доступным для массового туризма после окончания пандемии.

2. Субсидирование социального туризма – организованных поездок социально незащищенных групп (школьников, студентов, пенсионеров и т.п.).

3. Частичное субсидирование авиаперелетов для групп в туристские регионы, которые малодоступны в связи с высокой стоимостью перелета (Сахалин, Алтай, Байкал и др.).

4. Поддержка предпринимательских инициатив по созданию туристских продуктов, объектов туристической инфраструктуры и т.п. для создания дополнительных рабочих мест и увеличения турпотока [15].

Нынешний кризис в туризме, ставший следствием пандемии коронавируса, является беспрецедентным с точки зрения ожидаемых потерь и последствий. Прогнозы относительно последующего восстановления звучат самые разные. Все чаще всего эксперты высказывают свои предположения относительно того, когда начнет восстанавливаться туристский рынок. Часть экспертов предполагает, что выход из кризиса растянется на несколько лет.

Однако уже сейчас можно выделить позитивные следствия этого кризиса – туристский рынок сконцентрировал свои усилия в сегменте внутренних путешествий; из-за страха перед большими скоплениями людей массовый туризм стал все более индивидуальным; возросла популярность экологического туризма, который и ранее имел большой потенциал для развития в нашей стране; большее внимание туристов к безопасности путешествий и санитарно-эпидемиологической обстановке.

**3.2 Перспективные направления развития туризма в стране**

Влияние на внутренний туризм кризиса, связанного с пандемией коронавируса, оказалось не таким катастрофическим, как в случае с зарубежными поездками. В настоящее время Россия занимает второе место в мире по восстановлению внутреннего туризма [15]. Поэтому в российском туризме наметилось несколько тенденций, оказывающих влияние на его содержание:

1. Введение правительством кэшбека за внутренние туры (возврата части потраченных средств на их приобретение).

2. Увеличение спроса на краткосрочную аренду жилья – на 50% по сравнению с предыдущими годами. Во время летнего сезона россияне посещали в основном Крым, курорты Краснодарского края и Алтай. Появился спрос на новые направления – Дагестан, Карелию, Ингушетию и Калининградскую область [15].

3. Снижение доли продаваемых туров. Из-за повышения интереса к внутреннему туризму, теперь люди предпочитают путешествовать, самостоятельно выбирая место проживания. Среди туристов, путешествующих по России, в 2020 году преобладали жители крупных городов, которые до пандемии предпочитали заграничный отдых. Предпочтение отдавалось спортивным и познавательным маршрутам.

4. Путешествия на автомобилях. Туристы теперь предпочитают путешествовать на машине, поскольку она позволяет проехать по сложному и интересному маршруту, а в условиях карантина передвижение на личном транспорте безопаснее, чем поезд или самолет. Резко возросла популярность автодомов: по данным «Авито Авто», спрос на «дома на колесах» вырос на 40% [15].

5. Праздничный отдых в регионах. Ограничения на массовые развлекательные мероприятия, введенные в Москве и Санкт-Петербурге, не замедлили отразиться на зимнем отдыхе. Традиционно зимние праздники россияне любят проводить в столицах. Теперь же направление изменилось – туристы, включая столичных жителей, едут в регионы: Сочи, Шерегеш (Кемерово), Приэльбрусье, Алтай, Карелию, по маршруту «Золотое кольцо». Все тренды и статистика говорят о том, что и 2021 будет годом внутреннего туризма. Многие россияне впервые путешествовали по стране в 2020, и только потому, что границы были закрыты. Однако необычные внутренние маршруты многим путешественникам пришлись по вкусу. Туристы, которые раньше выбирали направления класса люкс, теперь отдыхают на российских курортах. Это автоматически вызвало повышение качества предложений на рынке. В зимнем сезоне в Сочи, например, появились такси премиум-класса, «посуточники» сдают квартиры с элитным ремонтом и обстановкой.

5. Совмещение удаленной работы и отдыха. Ввиду сохранения многими компаниями удаленного режима работы в 2021 году стали популярны короткие поездки, которые не прерывают распорядок дистанционной работы.

Летом 2020 Россия частично открыла границы, туристы получили возможность выезжать в Турцию, Хорватию и Черногорию. Однако большинство активных путешественников все-таки выбрало отдых на российских курортах – Турция заняла всего лишь пятое место по количеству посещений после внутренних направлений. Осенью возобновились полеты в Сербию, Эфиопию, Тунис, Египет, но открытие границ спровоцировало новую волну коронавирусных заражений, и российские туристы по-прежнему отдавали предпочтение домашнему отдыху. Зимние европейские курорты по-прежнему зарыты для россиян. Из-за нового витка вирусного кризиса усложнились правила въезда в самую гостеприимную для россиян страну – Турцию. С 28 декабря при въезде необходимо предъявить ПЦР-тест, сделанный не позднее 72 часов назад [15]. Поэтому, перспективы развития туристической отрасли после пандемии пока неоднозначны. У представителей туриндустрии надежды на этот год мало – почти все туристические компании признают, что летний сезон для них уже потерян, поскольку дальние и дорогие поездки россияне планируют минимум за полгода. Негативные последствия от вынужденного простоя из-за пандемии ощутили на себе все представители туриндустрии, но тенденция к постепенному снижению в России уровня заболеваемости новой коронавирусной инфекцией дает надежду на то, что уже скоро ограничительные меры будут сняты, и туристическая отрасль сможет приступить к активному восстановлению своей деятельности.

На первом этапе ожидается развитие внутреннего туризма с учетом улучшения эпидемиологической обстановки в конкретных регионах. В этом году курортный сезон планируется начать с 1 июня открытием санаториев, имеющих медицинскую лицензию. А развитие выездного и въездного туризма поставлено в зависимость от сроков открытия границ России и зарубежных стран. Некоторые крупные отечественные авиакомпании («Аэрофлот», «Победа», Wizz air) заявили о своем намерении в конце июля – начале августа возобновить полеты за границу.

Таким образом, пандемия коронавируса в начале 2020 г. оказала большое влияние на состояние и дальнейшее развитие практически всех сфер мирового хозяйства, в том числе и туризма. Такого тяжелого кризиса в туристском бизнесе не наблюдалось со времен прошлого столетия. Однако любой кризис ведет не только к негативным последствиям. Пандемия раскрыла новые возможности и вызовы для всего туристского рынка. В числе этих возможностей и вызовов – ускорение процессов цифровизации туристских сервисов, более активное внедрение современных технологий (например, больших данных, искусственного интеллекта, смешанной и дополненной реальности и т.п.), использование идей экономики впечатлений, актуализация индивидуального подхода к клиенту, а также экологического аспекта туристского продукта, расширение географии туристских маршрутов и др. Кроме того, усилилась важность такого фактора, как безопасность путешествий (включая санитарно-эпидемиологическую обстановку места пребывания). Туристы стали отдавать предпочтение приватным турам в малых группах на внутренних курортах.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Ретроспективный анализ развития российского туризма, выявление тенденций туристского рынка в условиях нынешней эпидемиологической обстановки позволили нам выявить его особенности.

Цель данной работы заключалась в изучении специфики развития туризма в России.

При решении первой задачи – исследовании теоретических аспектов развития туризма как части национальной экономики мы выяснили что, туризм является ведущим и перспективным направлением в экономике государств, однако существует огромное количество факторов, способствующих, либо препятствующих его развитию. Правильное их рассмотрение делает перспективы развития туристской сферы более стабильными и предпочтительными. Что касается инструментов стратегического развития туризма, то здесь принимают участие органы власти всех уровней, местное население, представители бизнеса, профессиональные объединения и общественные организации работников сферы туризма, официальные представители правительства и администрации, связанные с туристским законодательством. Взаимодействие всех вышеперечисленных лиц направлено на избежание проблем стратегического развития туризма.

При решении второй задачи – обращению к ретроспективе развития туризма в России мы определили, что политика в 90-х годах и современные ее направления имеют весьма существенные отличия по содержанию и качеству принимаемых решений и проводимых мероприятий. На макроуровне можно констатировать любопытное явление, когда государство уходило из ключевых отраслей не только экономики и производства, но и отмечалось необоснованное снижение роли государства в определении социально-экономического развития страны. В то же время в отношении туризма роль государства усиливалась, и это, несомненно, способствовало подъему туристской отрасли.

И, наконец, в решении третьей задачи – исследовании современного состояния туризма в России, мы пришли к выводу, что пандемия коронавирусной инфекции оказала существенное влияние на развитие российского туризма. Несмотря на трудности, с которыми столкнулось наше государство, она раскрыла новые возможности и вызовы для всего туристского рынка – ускорила процессы цифровизации туристских сервисов, способствовала внедрению современных технологий, актуализировала индивидуальный подход к клиенту и расширила географию внутренних туристских маршрутов.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1 Абуков, А.Х. Туризм сегодня и завтра. Туристско-экскурсионная работа профсоюзов. / А.Х. Абуков. – М.: Наука, 1978. – 477 с.

2 Биржаков, М.Б. Введение в туризм: учебное пособие. Издание 10-е, переработанное и дополненное. / М.Б. Биржаков. – СПб.: Издательский дом Герда, 2014. – 192 с.

3 Джанджугазова, Е.А. Российский туризм: анатомия кризиса / Е.А. Джанджугазова // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2015. – № 1. – С. 116–129.

4 Королева, Н.А. Анализ современного состояния развития туризма в Российской Федерации / Н.А. Королева // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2013. – №6. – С. 100–123.

5 Кружалин, В.И. География туризма / В.И. Кружалин. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 336 с.

6 Лебедева, Г.Н. Роль и место услуг размещения в сфере гостеприимства / Г.Н. Лебедева // Сервис в России и за рубежом. – 2011. – №4. – С. 59–65.

7 Логунцова, И.В. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы / И.В. Логунцова // Государственное управление. Электронный вестник. – 2020. – №12. – С. 45–79.

8 Луковцева, А.К. Современные проблемы развития туризма в России / А.К. Луковцева // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2015. – № 7. – С. 34–51.

9 Наумова, С.А. Туризм как средство развития экологической культуры личности / С.А. Наумова // Современное педагогическое образование. – 2018. – №1. – С. 5–11.

10 Писаревский Е.Л. Основы туризма: учебник / под ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.

11 Почекутова, Л.Г. Социально-экономические условия территории и туризм / Л.Г. Почекутова // Актуальные проблемы экономики и управления. – 2017. – №5. – С. 134–141.

12 Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года [Электронный ресурс]: Консультант плюс. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_144190/ – Дата обращения 26.03.2021.

13 Христов, Т. Т. География туризма: учебник для среднего профессионального образования / Т. Т. Христов. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 273 с.

14 Стратегия развития туризма в РФ в период до 2035 года. [Электронный ресурс]: Гарант. Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648/> – Дата обращения 26.03.2021.

15 Федеральный закон от 28 июня 2009 года № 123-Ф3 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». [Электронный ресурс]: Консультант Плюс. − Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/> − Дата обращения 26.03.2021.